



Identificação e Análise do *Marketing mix* (4P's) para o ovo de codorna em Maringá-PR, Recife- PE e Natal - RN

José Matheus de Moura Andrade¹, Letícia Aline Lima da Silva², Vitor Magalhães de Mendonça Cunha Miranda³, Maria Camila Mendes Santos da Silva⁴, Ferenc Istvan Bánkuti⁵

1 Estudante de Graduação em Zootecnia, DZO/ UEM, Maringá – PR; 2 Mestrando em Zootecnia, PPZ/ UEM, Maringá - PR, bolsista CAPES; 3 Mestrando em Zootecnia, PPGPA/UFRN, Macaiba – RN, bolsista CAPES; 4 Estudante de Graduação em Zootecnia, DZ/ UFRPE, Recife – PE; 5 Professor do Curso de Graduação em Zootecnia, DZO/ UEM, Maringá - PR.

RESUMO

Buscou-se identificar e analisar o *Marketing Mix* de ovos de codorna no município de Maringá – PR, na cidade de Recife – PE e Natal - RN. Foram visitados 7 pontos de vendas em cada região. Apenas Maringá e Natal apresentaram um estabelecimento que não possuía ovo de codorna in natura. Maringá foi o único município em que foi encontrado ovos de codorna em conserva. Com relação ao preço, em Maringá encontrou-se valor médio de R\$ 5,10, Recife R\$ 3,32 e Natal R\$ 3,30 por bandeja com 30 unidades. Já para os ovos em conserva, o preço foi de R\$ 49,35/Kg. Os ovos in natura estavam em bandejas de plástico e, os conservados, em recipiente de vidro. Todos possuíam certificado de inspeção sanitária. Em todos os locais foi observado apenas uma marca de ovos in natura. Conclui-se que os ovos de codorna são facilmente encontrados nos supermercados, porém as estratégias de promoção são fracas. Estratégias de promoção, não foram identificadas em nenhum dos estabelecimentos visitados e portanto, precisam ser trabalhadas.

PALAVRAS-CHAVE : comercialização, conserva, marketing

ABSTRACT

The aim of this work was to identify and analyze the Marketing Mix of quail eggs in the city of Maringá, PR, in the city of Recife - PE and Natal - RN. 7 sales points were visited in each region. Only Maringá and Natal presented an establishment that did not have quail egg in natura. Maringá was the only municipality where canned quail eggs were found. Regarding the price, in Maringá was found average value of R \$ 5.10, Recife R \$ 3.32 and Christmas R \$ 3.30 per tray with 30 units. For canned eggs, the price was R \$ 49.35 / kg. The eggs in natura were in plastic trays and, the conserved, in glass container. All of them had a sanitary inspection certificate. In all locations only one brand of fresh eggs was observed. It is concluded that quail eggs are easily found in supermarkets, but the promotion strategies are weak. Strategies for promotion were not identified in any of the establishments visited and therefore need to be worked on.

KEYWORD: commercialization, preserves, marketing

INTRODUÇÃO

A coturnicultura brasileira tem sua maior parcela voltada para a produção de ovos, onde esse é um produto bem aceito pelos consumidores do Brasil. Grande parte dos produtores de codornas no Paraná trabalham com a espécie *Coturnix japonica*, que apresenta boa taxa de produção de ovos. O estado produz em média, mais de 15 milhões de dúzias de ovos de codorna por ano (Folha Agrícola).

Na região Nordeste, o estado de Pernambuco (3%) é aquele que apresenta uma boa colocação no ranking nacional de produção de ovos de codorna, seguido pelo Ceará (2,9%) e Bahia (2,3%). No Rio Grande do Norte a produção é muito pequena tanto que não se tem dados oficiais da produção, sobre o consumo per capita de ovos de codorna, não existem dados oficiais (Abrasil, 2018).

O Marketing Mix, conhecido como 4P'S refere-se a quatro elementos: produto, praça, preço e promoção. Para Kotler (1998), produto é algo que seja capaz de ser fornecido a um determinado mercado consumidor com o objetivo de compra, consumo. Os produtos devem satisfazer necessidades ou desejos de consumidores. Preço é a soma ou o montante de dinheiro que é pago para a obtenção de um determinado produto ou serviço. Praça é um conjunto interdependente de organizações com o objetivo de levar um produto ou serviço ao cliente (Kotler, 2007). Para Urban (2006), a promoção tem como objetivo a venda do produto ao consumidor o quanto antes, e é uma maneira de incentivar o consumo.

O objetivo proposto neste trabalho foi identificar e analisar os elementos do marketing Mix adotados para a comercialização dos ovos de codorna nos Municípios de Maringá - Paraná, Recife - Pernambuco e Natal – Rio Grande do Norte.

MATERIAL E MÉTODOS

Após um estudo sobre o *Marketing Mix*, foram definidos os possíveis locais de comercialização para serem observados a campo. Após a definição dos locais, foram analisados e verificados sete pontos de distribuição no município de Maringá - PR, na cidade de Recife - PE e na cidade de Natal – RN sendo:

Dois hipermercados e cinco supermercados em cada. Para a análise foram avaliadas características como

Produto: forma de comercialização (in natura ou conserva); marca (granja) e sistema de inspeção.

Ponto de distribuição: Prateleiras de alimentos em conserva; prateleira de ovos in natura; tipo e localização do estabelecimento e padrão social do bairro.

Preço: avaliação do preço de acordo com as diferentes formas de comercialização do produto.

Propaganda: estratégias de divulgação dos ovos de codorna, divulgação do produto e anúncios.

Após a coleta dos dados, foi realizada a identificação e análise do *Marketing Mix* dos ovos de codorna nos municípios de Maringá - PR, Recife – PE e Natal - RN

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise dos 4P's é uma alternativa positiva para aumentar a divulgação e a demanda de ovos de codorna nos municípios de Maringá, Recife e Natal. Dentre os 7 canais de distribuição visitados, em Natal e Maringá apenas um supermercado não possuía a venda de ovos de codorna, em Recife os 7 estabelecimentos apresentaram ovo de codorna para venda. Em todos os mercados visitados, nos três municípios, os ovos de codorna estavam embalados em bandejas plásticas.

Ovos de de codorna em conserva só foram encontrados nos estabelecimentos de Maringá. Isso, provavelmente se deve a fatores culturais de consumo. No Nordeste a principal forma de consumo do ovo de codorna é in natura, já em Maringá o maior consumo é de ovo de codorna é na forma de conserva (Souza, 2012). Os ovos em conserva foram encontrados em embalagem de vidro, com tamanhos variando de 295 a 500 gramas.

Para os ovos in natura todos possuíam rótulos informando a validade e todos estavam dentro do prazo. Em todos os rótulos foi observado a existência de certificação de inspeção sanitária. Nos municípios de Maringá e Recife, a totalidade dos ovos de codorna analisados apresentavam inspeção sanitária federal SIF. Em Natal foram observados os sistemas de inspeção federal e Estadual SEIPOA (Selo Do Serviço Estadual de Inspeção de Produtos de Origem Animal). Em todos os estabelecimentos avaliados só foi observada a presença de uma marca de ovos de codorna Podendo observar a falta de opções de marca para esse tipo de produto. Esse resultado pode indicar a baixa demanda desse produto, principalmente no Nordeste. Para os ovos em conserva foi observado cinco marcas diferentes, com selos tipo SIF (Serviço de Inspeção Federal) e SIE (Serviço de Inspeção Estadual) sendo a predominância o SIF.

Com relação ao preço, em Maringá o valor médio encontrado para o ovo de codorna foi de R\$ 5,10 por bandeja com 30 unidades. Em Recife, o valor médio foi de R\$ 3,32 por bandeja com 30 unidades. E em Natal, o valor médio foi de R\$ 3,30 por bandeja com 30 unidades. O maior valor encontrado no município de Maringá deve-se provavelmente a localização dos estabelecimentos visitados, todos em áreas nobres do município e pelas características do produto, uma vez que todos apresentavam rastreabilidade. Já os ovos em conserva, o preço médio foi de R\$ 49,35/Kg.

A localização dos canais de distribuição e as características do produto podem ter forte relação com o preço dos ovos de codorna comercializados. Quanto à localização do produto dentro do estabelecimento de venda, os ovos de codorna estavam nos mesmos locais que os ovos de galinhas. Quanto a verificação das características de promoção, nenhum dos estabelecimentos de Maringá, Natal e Recife apresentavam essa estratégia de incentivo ao consumo, não possuindo nenhum cartaz informando o preço ou a presença do produto.

CONCLUSÕES

Os ovos de codorna in natura são facilmente encontrados nos supermercados em todos os locais analisados. Porém, o ovo de codorna em conserva só foi observado no município de Maringá. A apresentação do produto ofertado é apropriada. Estratégias de promoção, não foram identificadas em nenhum dos estabelecimentos visitados. Sendo assim, todos esses locais precisam melhorar suas estratégias para que haja maior visibilidade dos produtos. A prateleira de ovos é uma boa alternativa para os estabelecimentos. Além disso, sugere-se a comercialização de ovos de codorna em conserva nas cidades de Recife e Natal sendo um bom nicho de mercado e também faz necessário um aumento na variedade de marcas, para aumentar a oferta e reduzir o preço dos produtos.

REFERÊNCIAS

ABRAS BRASIL. **Criação De Codornas Pode Gerar Milhões Em Receita Anual 2018**. Disponível em : < <http://www.abras.com.br/clipping.php?area=1&clipping=67041>> Acessado em : 09 Abr 2019.

JORNAL FOLHA AGRICOLA. **Norte do Paraná é destaque na produção estadual de ovos de codorna**. Disponível em : < <http://folhaagricola.com.br/noticia/norte-do-parana-e-destaque-na-producao-estadual-de-ovos-de-codorna-1>> Acessado em : 09 Abr 2019.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. . **Princípios de Marketing**. São Paulo: ed. Pearson Prentice Hall, 2007.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. . **Princípios de Marketing**. 7ª edição. Rio de Janeiro, 1998.

SOUZA, V.L.F. ; MURAKAMI, A. E.; CARDOZO, R.M; BAPTSTA, M .J.B. **Qualidade De Conservas De Ovos De Codorna (*Coturnix Coturnix Japonica*) Em Solução De Ácido Acético**. Revista Tecnológica Maringá, v. 21. p. 87-92, 2012.

URBAN, A. T.. **Gestão do composto de marketing**. Rio de Janeiro: ed. Atlas, 2006.